

ABSTRAK

Internet adalah media penting yang hampir setiap hari dikonsumsi oleh jutaan penduduk di seluruh dunia. Melalui internet, manusia bisa mendapatkan hampir semua informasi yang diinginkan, termasuk mengenai pentingnya pengenalan dan pengembangan daerah wisata yang salah satunya bisa melalui dunia internet. Garis besarnya adalah situs wisata ini harus mampu memenuhi dua hal penting yaitu sisi informatif dan kreatifnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pesan informatif dan kreatif pada situs portal wisata <http://yogyes.com> mengenai wisata di pulau Jawa, seperti Kota DI Yogyakarta, Solo, Dieng Plateau, Semarang dan Pacitan. Metode yang digunakan adalah analisis isi. Analisis isi adalah metode penelitian untuk mendeskripsikan secara objektif, sistematis dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teori Media Baru, *Computer-Mediated Communication* dan Media Online, serta disesuaikan dengan konsep pariwisata. Unit Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jenis Berita, *Design Layout* dan *Template*, Sinkronisasi Visual dengan Berita, Teknik Penyajian Visual, Isi Pesan, Fasilitas yang ditawarkan ke Pengunjung Situs, Pengaruh Visual dan Kualitas Berita, dan Sifat Pesan. Berdasarkan penelitian, pada situs YogYes.com ini jenis berita yang banyak digunakan adalah berita ringan (*soft news*) yang menjadi andalan pada situs YogYes.com. *Layout* (tata letak) dan *template* yang rapi serta jelas menjadi ciri khas situs YogYes.com yang mempunyai 4 kolom utama dan baris yang rapi. Sinkronisasi visual pada situs YogYes.com sudah jelas bagi para pengunjung situs. Seluruh isi pesan pada situs YogYes.com disampaikan dengan bahasa dan isi yang jelas. Penulisan dan foto yang ditampilkan membuat informasi lokasi wisata menjadi menarik serta para pengiklan juga bisa membuat produknya banyak dicari oleh para pelancong. Penyampaian pesan yang kreatif dan inovatif dalam hal ini, situs YogYes.com dikemas sedemikian menarik agar pengunjung tidak lekas merasa bosan saat mencari informasi mengenai dunia wisata.

ABSTRACT

Internet is the main media which almost every day is consumed by millions of people around the world. Through the Internet, people can get any information, including the importance of the introduction and development of tourist areas. The bottom line is this tourist sites should be able to meet two important things which are informative and creative side. The purpose of this research was to determine how the informative and creative messages on the site <http://yogyes.com> travel portal on tourism in the island of Java, such as the city of Yogyakarta, Solo, Dieng Plateau, Semarang and Pacitan. The method that used in this research was content analysis. Content analysis is a method of research to describe objectively, systematically and quantitatively. This research used the theory of New Media, Computer-Mediated Communication and Online Media, and adjusted to the concept of tourism. Units of analysis used in this research is the type of news, Layout and Template Design, Visual Synchronization with news, Visual Presentation Techniques, Contents of the message, the facilities offered to site visitors, Visual Effects and Quality News, and the nature of messages. Based on research, on the site YogYes.com this type of news is the news that is widely used soft news is a mainstay on the site YogYes.com. Layout and the template is neat and clearly characterizes YogYes.com sites that have four main columns and rows of neat. YogYes.com visual synchronization at the site is clear to the visitors of the site. The whole message on the site YogYes.com delivered with clear language and content. Writing and photographs are displayed to make the information interesting and tourist sites of the advertisers can make their products are sought after by travelers. Delivery of messages that creative and innovative in this regard, the site is packed YogYes.com so attractive so that visitors do not get bored quickly when searching for information on a tourism world.